

# STRATEGI PERENCANAAN BISNIS PERIKANAN BERDASARKAN KONSEP EKONOMI BIRU

Toni Sugiarto<sup>1</sup>, Sony Junianto<sup>1,2</sup>

1 Magister Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, Jl. Kayu Jati Raya 11A, Rawamangun, Jakarta Timur

2 Departemen Teknik Mekanika dan Energi, Politeknik Elektronika Negeri Surabaya, Jl. Raya ITS, Surabaya

toni.sugiarto52@gmail.com, sony.junianto26@gmail.com

## Abstrak

Penulisan *business plan* ini bertujuan untuk menggambarkan tahapan dalam perencanaan strategis yang akan diambil dari suatu bisnis yang akan dijalankan. Penerapan strategis tersebut mengacu pada prinsip-prinsip ekonomi biru, diantaranya yaitu keterlibatan masyarakat, efisiensi sumber daya, meminimalkan limbah, dan nilai tambah ganda. Tahapan dalam penyusunan *business plan* ini dimulai dari menganalisis faktor eksternal dan internal, penetapan strategi pemasaran, operasional bisnis, perencanaan sumber daya manusia, analisis kelayakan bisnis serta mengidentifikasi adanya risiko dimasa depan. Metode penyusunan *business plan* ini menggunakan *study literature* dan observasi di lapangan. Analisis kelayakan bisnis menggunakan metode hitungan laba/rugi, *R/C Ratio*, *payback period*, *return of investment* dan *break even point*. Hasil analisis menunjukkan bahwa, bisnis ini layak untuk dijalankan, berdasarkan hasil analisis laba/rugi selama 36 minggu yang diasumsikan selama 48 minggu dinyatakan untung karena  $TR > TC$  yaitu sebesar Rp. 18.808.750; analisis *R/C Ratio* dengan nilai  $\frac{R}{C} > 1$  yaitu 1.26; *payback period* menunjukkan bahwa modal akan kembali setelah 6 bulan 11 hari; hasil analisis *return of investment* yaitu 1.88%; serta hasil *break even point* dalam kurun waktu 48 minggu *niskala group* harus mampu menjual ikan sebanyak 913 kg dengan harga jual sebesar Rp. 45.200,- serta menghasilkan pendapatan sebesar Rp. 34.028.125,- untuk mencapai titik impas.

**Kata Kunci :** *Potensi bisnis ikan dan operasional bisnis.*

## Abstract

The purpose of this business plan is to outline the stages involved in the strategic planning for a business to be launched. This strategic implementation refers to the principles of the blue economy, which include community engagement, resource efficiency, waste minimization, and dual value addition. The stages in developing this business plan begin with analyzing external and internal factors, establishing marketing strategies, business operations, human resource planning, conducting a feasibility analysis, and identifying potential risks in the future. The methodology for preparing this business plan involves literature study and field observation. The business feasibility analysis uses methods such as profit/loss calculations, R/C Ratio, payback period, return on investment, and break-even point. The analysis results indicate that this business is feasible to operate, based on a profit/loss analysis over 36 weeks, which is assumed over 48 weeks, showing a profit since  $TR > TC$ , amounting to Rp. 18,808,750; the R/C Ratio analysis yields a value of  $R/C > 1$ , specifically 1.26; the payback period indicates that the capital will be recovered after 6 months and 11 days; the return on investment analysis shows a rate of 1.88%; and the break-even point analysis indicates that within 48 weeks, the group must sell 913 kg of fish at a selling price of Rp. 45,200, generating revenue of Rp. 34,028,125 to reach the break-even point.

**Keywords:** *Business potential of fish and business operations.*

## I. PENDAHULUAN

Secara harfiah bahwa bisnis merupakan serangkaian usaha yang dilakukan oleh satu orang atau kelompok dengan menawarkan produk berupa barang atau jasa untuk mendapatkan keuntungan secara berkelanjutan atau juga bisa dikatakan sebagai penyedia barang dan jasa untuk kelancaran perekonomian suatu perusahaan [1]. Sedangkan bisnis ikan laut

beku merupakan salah satu kegiatan usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan secara berkelanjutan, dengan memanfaatkan potensi sumber daya ikan dan pasar di Indonesia. Bisnis ikan laut beku ini memiliki potensi yang sangat besar, hal ini karena Indonesia merupakan salah satu Negara penghasil perikanan tangkap terbesar di Dunia, jika dilihat dari hasil produksi perikanan tangkap pada tahun 2020,

Indonesia mampu menghasilkan produksi perikanan tangkap sebesar 6.989.090,36 Ton [2].

Maka dari itu, usaha dagang bernama *niskala group* hadir untuk menjawab sekaligus memanfaatkan potensi dan peluang yang ada. *Niskala group* merupakan usaha dagang rintisan yang berlokasi di Desa Bobojong, Kecamatan Mande, Kabupaten Cianjur dan beroperasi sebagai pemasar hasil perikanan berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi biru, dimana dalam operasionalnya *niskala group* mengedepankan konsep berkelanjutan. Pendapat lain mengatakan bahwa ekonomi biru merupakan sebuah pendekatan yang semakin populer baik pada level konsep maupun pada level implementasi. Pendekatan ekonomi biru berusaha menggabungkan peluang pembangunan berbasis kelautan dan perikanan dengan pengelolaan lingkungan sebagai modal utamanya [3].

Tujuan dari *business plan* ini yaitu untuk memberikan gambaran secara jelas dan terperinci mengenai operasional bisnis yang akan dilakukan oleh *niskala group* berdasarkan konsep ekonomi biru. Tahapan dalam penyusunan *business plan* ini dimulai dari menganalisis faktor eksternal dan internal, perencanaan strategi pemasaran, operasional bisnis, perencanaan sumber daya manusia, keuangan dan kelayakan bisnis serta mengidentifikasi hal-hal yang berhubungan dengan risiko. Analisis kelayakan bisnis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode hitungan atau analisis laba/rugi, *R/C Ratio*, *payback period*, *return of investment* dan *break event point* [4].

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Analisis Faktor Eksternal

Analisis peluang dan ancaman merupakan kegiatan bisnis dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman yang bisa dimanfaatkan oleh perusahaan. Menurut buku [5] menyatakan bahwa peluang dan ancaman eksternal mengacu pada ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintah, teknologi, serta *trend* kompetisi dan kejadian yang secara signifikan dapat menguntungkan atau bahkan membahayakan bisnis dimasa depan. Peluang dan ancaman sebagian besar berada di luar kendali operasional bisnis, sehingga disebut sebagai faktor eksternal. Dengan demikian lingkungan eksternal perlu dianalisis sehingga dapat diantisipasi pengaruhnya terhadap perusahaan. Selain pengaruh yang buruk, peluang juga banyak bermunculan di lingkungan eksternal. Lingkungan eksternal memang sulit untuk dikendalikan karena melibatkan pihak-pihak lain yang tidak berhubungan langsung dengan perusahaan. Oleh karena itu analisis lingkungan eksternal sangat diperlukan oleh perusahaan khususnya dalam proses perumusan strategi [6].

### B. Analisis Faktor Internal

Analisis kekuatan dan kelemahan merupakan kegiatan suatu perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang bisa dimanfaatkan dan dihilangkan oleh suatu perusahaan. Selain itu, menurut buku [5] menyatakan bahwa kegiatan operasional bisnis yang dapat dikontrol yang dijalankan dengan sangat baik atau sangat buruk. Mereka muncul dalam aktivitas manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, penelitian dan pengembangan serta sistem informasi manajemen dari suatu bisnis. Mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan operasional bisnis secara teknis dari suatu bisnis yang terpenting adalah manajemen. Manajemen berusaha untuk menjalankan strategi yang mendayagunakan kekuatan internal dan menghilangkan kelemahan internal. Kekuatan dan kelemahan ditentukan relatif terhadap perusahaan pesaing. Kekuatan dan kelemahan relatif adalah informasi yang sangat penting. Kekuatan dan kelemahan dapat juga ditentukan oleh keberadaan saat ini bukan oleh kinerja perusahaan.

Sehingga secara umum, tujuan perusahaan dalam melakukan analisis faktor lingkungan baik eksternal maupun internal adalah untuk menilai lingkungan organisasi secara keseluruhan. Lingkungan organisasi ini adalah faktor-faktor yang berada di luar atau di dalam organisasi yang dapat memengaruhi organisasi tersebut dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkannya. Dengan demikian, manajemen dapat memberikan reaksi yang sesuai dan proporsional untuk mencapai keunggulan bersaing yang berkesinambungan [6].

### C. Rencana Strategi

Menurut buku [5] menyatakan bahwa tujuan atau sasaran dapat didefinisikan sebagai hasil yang sangat spesifik yang ingin dicapai oleh suatu manajemen internal perusahaan untuk menjalankan misi dasarnya, sedangkan jangka panjang artinya lebih dari satu tahun. Tujuan tahunan merupakan target jangka pendek yang harus dicapai oleh suatu manajemen internal perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Pendapat lain mengatakan bahwa rencana strategis merupakan sebuah langkah konkret yang akan diambil untuk mewujudkan visi organisasi bisnis. Pemimpin atau manajemen harus mampu menganalisis lingkungan internal dan eksternal organisasi, mengidentifikasi peluang, ancaman, kekuatan bahkan kelemahan pada suatu lingkungan organisasi bisnis, serta merancang strategi yang relevan dan berkelanjutan demi tercapainya tujuan utama dalam membangun bisnis [7].

### D. Rencana Pemasaran

Istilah lain dari kata pemasaran adalah *marketing*, kata *market* sendiri berarti pasar, sehingga penjabaran dari kata *marketing* mencakup segala kegiatan manusia yang terjadi yang berhubungan dengan pasar. Segala kegiatan disini bukan hanya

sekedar menjual produk, tetapi dimulai dari mengidentifikasi kebutuhan para calon pelanggan, mengembangkan produk yang tepat sasaran, menetapkan harga yang sesuai dengan pasaran, serta melaksanakan distribusi dan promosi secara efektif. Setelah melalui tahapan-tahapan marketing itu, suatu produk akan diterima oleh pelanggan di pasar [8]. Pendapat lain mengatakan bahwa konsep atau gagasan pemasaran secara filosofis pada dasarnya merupakan “pondasi” bagi perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan dan targetnya dalam jangka panjang. Hal ini merupakan cara pandang yang harus dimiliki oleh sebuah perusahaan atau organisasi untuk bertahan, tumbuh dan berkembang. Termasuk di dalamnya cara pandang bagaimana perusahaan atau organisasi tersebut mampu mendefinisikan kebutuhan atau keinginan konsumen yang berkembang saat ini. Kemampuan perusahaan atau organisasi dalam menciptakan kebutuhan dan keinginan konsumen inilah yang berikutnya akan mewujudkan loyalitas dari konsumen (terciptanya pelanggan). Dengan adanya konsumen yang loyal (pelanggan), tujuan perusahaan atau organisasi dalam jangka panjang akan lebih mudah tercapai [9].

#### *E. Rencana Operasional*

Menurut buku [10] menyatakan bahwa manajemen rantai pasok atau *supply chain management* merupakan metode, alat atau pendekatan pengelolannya, sedangkan *supply chain* adalah jaringan fisiknya yaitu perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam memasok bahan baku, memproduksi barang berupa produk atau jasa, maupun mengirimkannya kepada pembeli akhir. Selain itu *supply chain* juga dapat diartikan sebagai jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan mengantarkan suatu produk ketangan pembeli akhir.

#### *F. Rencana Pekerja*

Perencanaan tenaga kerja merupakan operasi dari manajemen sumber daya manusia. Dengan perencanaan tenaga kerja dimaksudkan ada upaya untuk merencanakan jumlah dan jenis tenaga kerja yang tepat untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan guna mencapai tujuan organisasi ini. Fungsi ini mulai dari menganalisis pekerjaan, perencanaan rekrutmen, penempatan sampai pada orientasi pekerjaan. Kegiatan rekrutmen atau penarikan sumber daya manusia bertujuan agar organisasi bisnis dapat memperoleh sumber daya manusia sesuai dengan keahlian yang dibutuhkan. Aplikasi kegiatan ini adalah dengan adanya seleksi yang dilakukan untuk dapat mengetahui sejauh mana pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh tenaga kerja. Apabila sudah memenuhi syarat, maka tenaga kerja tersebut dapat ditempatkan sesuai dengan keahliannya masing-masing [11].

Tujuan dan sasaran utama dalam manajemen sumber daya manusia yaitu dapat memaksimalkan produktivitas bisnis melalui pemanfaatan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang dimiliki oleh suatu bisnis secara berkelanjutan melalui budaya organisasi yang positif. Menurut buku [12] menjelaskan bahwa budaya merupakan hasil karya manusia yang dihasilkan dan telah dipakai sebagai bagian dari tata kehidupan sehari-hari.

#### *G. Analisis Kelayakan Bisnis*

Analisis kelayakan bisnis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode hitungan laba/rugi, *R/C Ratio*, *payback period*, *return of investment* dan *break event point* [4].

#### *H. Analisis Risiko*

Pengertian risiko dalam kehidupan telah menyatu sebagai suatu pilihan dalam melakukan berbagai jenis aktivitas. Setiap aktivitas sehari-hari, baik aktivitas sosial maupun bisnis selalu berdampingan dengan risiko. Bahkan, risiko dapat mengakibatkan kehilangan nyawa si pelaku. Terkait dengan bisnis, aktivitas ekonomi yang berorientasi pada laba perusahaan. Pengertiannya berbeda-beda, sesuai konsep bisnis yang ditekuninya. Pengertian risiko dalam kamus besar bahasa Indonesia berarti merugikan dan membahayakan. Tujuan dari mengelola risiko, tentunya meningkatkan kemampuan jajaran pimpinan dalam manajemen perusahaan dimana seorang manajer dituntut dinamis dan progresif dengan menekan sekecil mungkin pengambilan keputusan yang didasari intuisi dan perasaan belaka, peningkatan keterampilan justru menggunakan alat analisis yang rasional dalam meminimalisir terjadinya risiko [13].

Sehingga dapat disimpulkan bahwa tujuan utama dalam analisis risiko adalah untuk melindungi bisnis yang sedang dijalankan dari berbagai macam risiko yang dapat menghambat laju pertumbuhan bisnis melalui kerangka kerja analisis risiko secara konsisten atas risiko yang ada pada operasional bisnis dan segala aspek yang termuat dalam operasional bisnis, sedangkan sasarannya yaitu mengelola segala aspek yang dapat menciptakan risiko dengan baik dan benar melalui sinergitas dalam menjalankan operasional bisnis.

#### *I. Ekonomi Biru*

Ekonomi biru merupakan sebuah pendekatan untuk meningkatkan pengelolaan kelautan dan perikanan secara berkelanjutan melalui konservasi laut dan pemanfaatan sumber daya pesisir beserta ekosistemnya dalam rangka mewujudkan pertumbuhan ekonomi dengan prinsip-prinsip antara lain keterlibatan masyarakat, efisiensi sumber daya, meminimalkan limbah, dan nilai tambah ganda atau *multiple revenue* [14].

### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Kerangka Pikir

Adanya potensi sumber daya ikan di Indonesia yang sangat melimpah menjadikan bisnis ikan laut beku ini menjadi salah satu kegiatan usaha yang sangat menjanjikan di masa depan. Dengan demikian, salah satu cara dalam memanfaatkan potensi ini yaitu dengan menghadirkan operasional bisnis berdasarkan konsep ekonomi biru. Pada dasarnya ekonomi biru ini merupakan suatu konsep dalam mengelola sumber daya kelautan dan perikanan secara berkelanjutan, melalui pendekatan masyarakat pesisir, konservasi laut dan meminimalkan limbah sehingga dapat memberikan timbal balik positif terhadap operasional bisnis ikan laut beku yang akan dijalankan kedepannya.

#### B. Waktu dan Tempat

Waktu pelaksanaan dalam menghimpun data dilakukan pada operasional bisnis ikan laut beku bernama *niskala group* yang berlokasi di Desa Bobojong, Kecamatan Mande, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat sejak bulan September 2023 s/d bulan Mei 2024 terhitung selama tiga puluh enam minggu atau sembilan bulan yang diasumsikan selama empat puluh delapan bulan atau satu tahun.

#### C. Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dihasilkan dari kondisi internal dan eksternal bisnis ikan laut beku *niskala group* selama sembilan bulan yang berlokasi di Desa Bobojong, Kecamatan Mande, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Data tersebut meliputi faktor eksternal dan internal bisnis, rencana strategis, rencana pemasaran, rencana operasional, rencana sumber daya manusia, rencana keuangan serta mengidentifikasi risiko yang mungkin terjadi pada bisnis ikan laut beku *niskala group* dimasa depan. Data sekunder diposisikan sebagai informasi tambahan, juga pengantar dan bahan untuk menjawab segala permasalahan-permasalahan hasil penelitian yang dilakukan pada bisnis ikan laut beku *niskala group*.

Metode analisis menggunakan analisis SWOT berupa mengidentifikasi peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan yang terjadi pada bisnis ikan laut beku *niskala group* berdasarkan konsep ekonomi biru, sedangkan analisis usaha menggunakan perhitungan Laba/rugi, imbalan penerimaan dan biaya atau *revenue-cost ratio*, *payback period*, *return of investment* dan *break event point* [4].

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil analisis faktor eksternal, berikut merupakan penjelasan pada setiap faktor yang teridentifikasi, meliputi pertama faktor politik menyatakan bahwa bisnis ikan laut beku yang dijalankan oleh *niskala group* masih tergolong kedalam industri kecil level bertahan sehingga belum diwajibkan untuk membayar iuran pajak atau retribusi pemerintah; hasil analisis faktor ekonomi, sosial dan budaya menyatakan bahwa produk yang dipasarkan berupa bahan makanan berprotein tinggi dengan jangkauan harga yang murah sehingga bisnis ini dapat dipastikan mengalami perkembangan pada operasional bisnisnya; hasil analisis pada faktor teknologi juga sangat mendukung dalam operasional bisnis, mengingat dizaman modernisasi ini masyarakat lebih memilih untuk membeli barang melalui media sosial atau *online*; hasil analisis yang terkandung dalam faktor lingkungan meliputi adanya cuaca buruk di lingkungan laut yang dapat mengakibatkan terhentinya operasional penangkapan ikan yang mana secara tidak langsung dapat mengakibatkan penurunan tingkat produksi ikan hasil tangkapan dari laut, terakhir mengenai legalitas bisnis dapat dipastikan sebagai pendukung dalam tata aturan operasional bisnis secara berkelanjutan. Berikut merupakan tabel hasil analisis mengenai peluang dan ancaman pada operasional bisnis :

Tabel I. Identifikasi Faktor Eksternal

Hasil Analisis	
Peluang	Ancaman
Permintaan pasar makin meningkat	Penjual ikan air tawar konsumsi
Produk terus alami perkembangan	Banyaknya pembudidaya ikan
Sedikitnya grosir ikan laut beku	Banyaknya buruh tani ikan tawar
Produk pesaing umunya berbeda	Cuaca buruk di lingkungan laut
Pemasaran melalui media <i>online</i>	Fluktuasi harga ikan laut
Kandungan protein Ikan laut	Mogoknya operasi nelayan
Lokasi bisnis di area sibuk/ strategis	Pemadaman listrik yang lama

#### B. Faktor Internal

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dapat disimpulkan bahwa faktor kekuatan, kelebihan *niskala group* yaitu memiliki jaringan atau relasi yang sangat berpotensi terhadap para pemasok dan para calon pelanggan, mampu memberikan yang terbaik terhadap para calon pelanggan melalui inovasi dan varian jenis ikan, penjualan dapat meningkat karena memiliki jaringan pasar yang cukup luas, dapat memberikan akses informasi terkait isu dan perkembangan di bidang kelautan dan perikanan, baik informasi seputar makanan laut hingga beasiswa pendidikan tinggi di bidang kelautan dan perikanan bagi para anak pelaku utama kelautan dan perikanan, *owner* memiliki pemahaman tentang keamanan pangan ikan laut, jenis ikan laut, sebagai lulusan di bidang kelautan dan perikanan serta

mampu mengelola sebuah *team*, sedangkan faktor kelemahan meliputi, hal-hal yang harus diperbaiki bahkan dihilangkan oleh bisnis ikan laut beku *niskala group* yaitu dimana bisnis masih memiliki fasilitas pelayanan yang kurang baik dan akses permodalan yang kurang menguntungkan.

**C. Rencana Strategis**

Berikut merupakan sasaran jangka panjang yang akan dilaksanakan oleh bisnis ikan laut beku *niskala group* : pada tahun pertama, *niskala group* mengawali dengan merapikan segala operasional bisnis dari hulu hingga hilir melalui pencatatan terintegrasi serta memperkuat relasi terhadap para pemasok, pelanggan dan masyarakat setempat guna mencapai vis-misi bisnis, pada tahun kedua, *niskala group* merencanakan ekspansi bisnis melalui pembukaan cabang baru disekitar Cianjur kota, padalarang, cimahi, bandung kota, sumedang dan subang, pada tahun ketiga, membeli kapal ikan dengan kapasitas sekitar  $\leq 10$  GT yang disimpan di dermaga Pelabuhanratu, Kabupaten Sukabumi digunakan untuk memenuhi pasokan ikan dan menekan biaya harga ikan pada saat terjadi kenaikan harga ikan, tahun keempat, merencanakan ekspansi terhadap beberapa wilayah disekitar Provinsi Jawa Barat, guna memperluas jaringan penjualan dan pemasaran, tahun kelima, menjalankan segala operasional secara terintegrasi melalui pelaporan terkoneksi antar gudang ritel yang terkoneksi dari Cianjur menuju Subang.

**D. Rencana Pemasaran**

Strategi yang dilakukan oleh bisnis ikan laut beku *niskala group* dalam melakukan pemasarannya yaitu dengan menerapkan konsep bauran pemasaran meliputi pengolahan dan pengemasan bahan baku secara terintegrasi dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel II. Bauran Pemasaran

No	Variabel	Strategi
1	Produk	Buat kemasan produk yang menarik
2	Harga	Menetapkan harga pasaran <i>fleksibel</i>
3	Tempat	Menetapkan tempat yang strategis
4	Promosi	Memanfaatkan media sosial
5	Orang	Mengutamakan pegawai instansi
6	Proses	Menerapkan bauran pemasaran
7	Bukti fisik	Lingkungan pegawai instansi

**E. Rencana Operasional**

Langkah strategis dalam mendirikan bisnis ikan laut beku *niskala group* meliputi : pertama yaitu dengan mengamati dan menentukan lokasi bisnis yang tepat, target pasar dan jenis ikan laut beku yang akan dipasarkan, kedua dengan menentukan pemasok ikan berdasarkan kriteria tertentu dan para calon pelanggan yang dapat berkelanjutan dalam membeli ikan laut

beku pada bisnis ikan laut beku *niskala group*, ketiga melakukan transaksi mengenai ikan laut beku dari para pemasok untuk kemudian dijual kembali setelah ikan laut beku tersebut sampai di lokasi bisnis yang telah ditentukan, keempat dengan melakukan promosi barang secara inovatif, kreatif dan berkelanjutan serta dilakukan secara terus menerus, terakhir dengan mencari nama bisnis yang relevan dengan bisnis yang dijalankan serta mendaftarkan nama bisnisnya pada website [www.oss.go.id](http://www.oss.go.id).

**F. Rencana Pekerja**

Sebagai tahapan awal, bisnis ikan laut beku *niskala group* telah merencanakan hal-hal yang berhubungan dengan sumber daya manusia dengan cara membuka rekrutmen calon pekerja dengan kualifikasi pendidikan minimal lulusan smk perikanan dan manajemen perkantoran dan layanan bisnis, selain itu juga bisnis ikan laut beku *niskala group* mengutamakan calon pekerja yang menyukai tantangan dalam berbisnis. Penerapan mengenai pengadaan calon pekerja dapat dilakukan melalui media sosial serta mengutamakan calon pekerja yang telah memahami jenis dan segala aspek yang terkandung pada bidang perikanan laut.

**G. Kelayakan Bisnis**

Analisis yang digunakan adalah laba/rugi, setelah diketahui pendapatan kotor selama 1 Tahun sebesar Rp.90.573.333,- dan biaya keseluruhan sebesar Rp. 71.764.583,- selanjutnya dimasukkan kedalam rumus laba/rugi:  $\pi = TR-TC$ .

Keterangan :

$\pi$  = Keuntungan

TR = Total penerimaan

TC = Total biaya

$\pi = Rp. 90.573.333 - Rp. 71.764.583$

$\pi = Rp. 18.808.750,-$

Perhitungan laba/rugi di atas menunjukkan bahwa perusahaan *niskala group* mendapatkan laba selama satu tahun sebesar Rp. 18.808.750,- sehingga dapat disimpulkan bahwa operasional bisnis ikan laut beku ini layak untuk dikembangkan, karena total penerimaan lebih besar dari total biaya  $TR > TC$ .

Analisis imbangn penerimaan dan biaya (*revenue-cost ratio*) yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana manfaat yang diperoleh dari kegiatan usaha penjualan selama periode tertentu. Perhitungan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\frac{R}{C} = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan :

$\frac{R}{C}$  = Kegiatan usaha

TR = Total penerimaan

TC = Total biaya

$$\frac{R}{C} = \frac{90.573.333,-}{71.764.583,-} = 1.2620895881 = 1.26$$

Nilai  $\frac{R}{C}$  lebih besar dari 1, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan usaha penjualan yang dilakukan oleh *niskala group* layak untuk dijalankan.

Analisis *payback period* (PP) merupakan perbandingan biaya antara nilai modal dengan nilai pendapatan dikali satu tahun. *Payback period* berfungsi untuk mengetahui berapa lama usaha atau bisnis tersebut dapat mengembalikan modal yang dikeluarkan pada awal kegiatan bisnis. Pengembalian investasi yang cepat, sebagai indikator baiknya suatu perusahaan bisnis.

$$PP = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Keuntungan}} \times 1 \text{ Tahun}$$

$$PP = \frac{10.000.000,-}{18.808.750,-} \times 1 \text{ Tahun}$$

$$PP = 0,531667442$$

$$= 0,53 \times 12 = 6,38 : 12 = 0,53$$

$$= 0,5 - 0 = 0,5 \times 12 = 6,3 - 6 = 0,3 \times 30 = 11$$

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diartikan bahwa modal akan kembali setelah 0 tahun 6 bulan 11 hari, dengan demikian bisnis ikan laut beku ini bisa dinilai sangat menguntungkan dan layak untuk dijalankan.

Analisis *return of investment* merupakan perbandingan antara nilai keuntungan dengan modal awal yang dikeluarkan dan dikali 100%. *return of investment* dipakai untuk mengetahui keuntungan yang diperoleh dalam setiap rupiah. Kegiatan usaha pada *niskala group* dengan analisis *return of investment* dapat diperoleh dengan cara sebagai berikut:

$$ROI = \frac{\text{Keuntungan}}{\text{Investasi}} \times 100\%$$

$$ROI = \frac{18.808.750,-}{10.000.000,-} \times 100\%$$

$$ROI = 1,88 \%$$

Berdasarkan analisis *return of investment* dapat diartikan bahwa dalam penjualan *niskala group* dapat mengembalikan modal atau investasi sebesar 1,88% pada tahun 2024.

*Break event point* merupakan suatu kondisi dimana jumlah pendapatan dan jumlah biaya besarnya sama atau impas, sehingga tidak ada keuntungan maupun kerugian, dalam bisnis ikan laut beku. *Break event point* digunakan untuk mengetahui nilai penjualan dan jumlah produksi minimal yang harus didapat sehingga pendapatan sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Berikut perhitungan *break event point*.

Perhitungan *BEP* berdasarkan penjualan dalam (kg) :

$$BEP \text{ (Kg)} = \frac{FC}{p - \frac{VC}{\text{Produksi (kg)}}}$$

$$BEP \text{ (Kg)} = \frac{13.611.250,-}{45.200,- - \frac{58.153.333}{1.920}}$$

$$45.200 - \frac{58.153.333}{1.920 \text{ (Asumsi produksi satu tahun)}}$$

$$= \frac{13.611.250,-}{45.200,- - 30.288,-}$$

$$= \frac{13.611.250,-}{14.912,-}$$

$$= 913 \text{ kg}$$

Perhitungan *BEP* berdasarkan penjualan (Rp) :

$$BEP \text{ (Rp)} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{s}}$$

$$BEP \text{ (Rp)} = \frac{13.611.250,-}{1 - \frac{58.153.333,-}{90.573.333}}$$

$$= \frac{13.611.250}{1 - 0,6}$$

$$= \frac{13.611.250}{0,4}$$

$$= \text{Rp. } 34.028.125,-$$

Berdasarkan perhitungan *Break event point* diketahui bahwa dalam kurun waktu satu tahun harus menjual ikan sebanyak 913 kg dengan rata – rata harga sebesar Rp.45.200,- dan dengan hasil penjualan sebesar Rp. 34.028.125,- untuk mencapai titik impas. Dengan demikian bisnis ikan laut beku *niskala group* dikatakan menguntungkan karena nilai hasil penjualan selama satu tahun diatas nilai *break event point*.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil analisis menunjukkan bahwa, bisnis ikan laut beku (*frozen fish*) ini layak untuk dijalankan, hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil analisis kelayakan bisnis pada analisis laba/rugi selama tiga puluh enam minggu atau sembilan bulan yang diasumsikan selama empat puluh delapan minggu atau satu tahun dinyatakan untung karena TR > TC yaitu laba sebesar Rp. 18.808.750,-; hasil analisis (*R/C Ratio*) dengan nilai  $\frac{R}{C} > 1$  yaitu 1.26; hasil *payback period* menunjukkan bahwa modal akan kembali setelah 0 tahun 6 bulan 11 hari; hasil analisis *return of investment* yaitu 1.88% serta hasil *break event point* dalam kurun waktu satu tahun *niskala group* harus mampu menjual ikan laut beku sebanyak 913 kg dengan rata-rata harga jual sebesar Rp. 45.200,- serta menghasilkan pendapatan dari hasil penjualan sebesar Rp. 34.028.125,- untuk mencapai titik impas.

**H. Analisis Risiko**

Berikut merupakan hasil identifikasi mengenai risiko yang mungkin terjadi serta dapat berpengaruh terhadap operasional bisnis *niskala group* dimasa yang akan datang.

Tabel III. Hasil Identifikasi Risiko

No	Variabel Analisis Risiko	Solusi
1	Peningkatan harga ikan	Subsidi silang harga
2	Risiko kecelakaan	Menggunakan APD
3	Cuaca di laut buruk	Meningkatkan stok ikan
5	Penimbunan barang	Lakukan pendekatan
6	Perkembangan teknologi	Berusaha <i>upgrade</i>
8	Penyusutan ikan laut	Menggunakan <i>glazing</i>
9	Penurunan kualitas	Terapkan konsep P2HP

**V. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Mengenai penerapan operasional bisnis ikan laut beku yang akan dijalankan oleh *niskala group* merupakan bagian dari implementasi ide dan gagasan dari calon *entrepreneur* muda yang layak untuk dikembangkan secara berkelanjutan berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi biru;
2. Hasil analisis faktor eksternal dan internal, rencana strategi, rencana pemasaran, operasional, rencana sumber daya manusia, rencana keuangan dan identifikasi risiko dapat disimpulkan bahwa bisnis ikan laut beku ini layak untuk dijalankan dan dikembangkan secara berkelanjutan;
3. Hasil analisis laba/rugi selama tiga puluh enam minggu atau sembilan bulan yang diasumsikan selama empat puluh delapan minggu atau satu tahun dinyatakan untung karena  $TR > TC$  yaitu laba sebesar Rp. 18.808.750,-; hasil analisis (*R/C Ratio*) dengan nilai  $\frac{R}{C} > 1$  yaitu 1.26; hasil *payback period* menunjukkan bahwa modal akan kembali setelah 6 bulan 11 hari; hasil analisis *return of investment* yaitu 1.88% serta hasil *break event point* dalam kurun waktu satu tahun *niskala group* harus mampu menjual ikan laut beku sebanyak 913 kg dengan rata-rata harga jual sebesar Rp. 45.200,- serta menghasilkan pendapatan dari hasil penjualan sebesar Rp. 34.028.125,- untuk mencapai titik impas.

**REFERENSI**

[1] Wijoyo, H, et.al, 2021. *Pengantar Bisnis*. Sumatera Barat.1-5 hal.

[2] PDSI-KKP, 2022. *Marine and Fisheries in Figures 2022*, Jakarta. 1-27 hal.  
 [3] Laboratorium-RI, 2023. *Proyek Strategis Ekonomi Biru Menuju Negara Maju*. Jakarta. 3-5 hal.  
 [4] Papalele, 2019. *Penelitian Ekonomi Perikanan & Kelautan*. Unpat. 1-51 hal.  
 [5] David, R, F. 2006. *Konsep Manajemen Strategis Edisi 10*. Jakarta. 1-17 hal  
 [6] Yulianti, D, 2014. *Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan*. Lampung. 103 – 114 hal.  
 [7] Ramaditya, et.al. 2023. *Menciptakan Pemimpin Masa Depan*. Bandung. 30-33 hal.  
 [8] Murtie, A. 2011. *Strategi Gila Menjadi Marketing No. 1*. Jakarta. 1-4 hal.  
 [9] Nurmalina, et.al. *Konsep dan Aplikasi Pemasaran*. IPB Press. 1-3 hal.  
 [10] Pujawan, N, et.al. 2017. *Supply Chain Management*. Yogyakarta, 1-7 hal.  
 [11] Tsauri, 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. STAIN Jember Press.  
 [12] Fahmi, I, 2013. *Perilaku Organisasi, Teori, Aplikasi dan Kasus*. Bandung. 1-49 hal.  
 [13] Arta, et.al, 2021. *Manajemen Risiko, Teori & Praktis*. Bandung. 1-5 hal  
 [14] Undang – Undang No.32, 2014. *Tentang Kelautan*. Jakarta. 1-60 hal.